

**ANALISIS KINERJA PETUGAS LAYANAN TERHADAP
REPUTASI PERUSAHAAN**

(Studi Pada PT. BNI KCU Tanjung Perak Surabaya)

TESIS

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Mencapai Gelar Magister**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN**



Diajukan oleh:

ARIES WINDARTO

NPM : 0861020066

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
SURABAYA
2010**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan syukur kepda Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Analisis Kinerja petugas layanan terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Pada PT. BNI KCU Tanjung Perak di Surabaya)”** dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Gelar Magister, Program Studi Magister Manajemen, PascaSarjana Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Direktur PascaSarjana Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur beserta Staf yang telah setia mendukung kegiatan perkuliahan sampai dengan proses penyusunan tesis ini.
2. Prof. Dr. H. Djohan Mashudi, SE, MS, selaku pembimbing utama dan Dr. Sumarto, SE, MS, selaku pembimbing pendamping, yang telah banyak memberikan petunjuk dan bimbingannya sehingga terselesaikannya tesis ini.
3. Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen PascaSarjana Universitas Pembangunan Nasional

“Veteran” Jawa Timur, yang telah banyak mendukung terselesaikannya tesis ini sehingga siap diujikan.

4. Dr. Muhadjir Anwar, SE, MM yang selalu memberikan motivasi, semangat dan dorongan hingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini tepat waktu.
5. Secara khusus kepada Ibu, Istri dan kedua anakku tercinta, dan seluruh teman yang telah mendukung baik secara materi maupun non materi dalam proses menyelesaikan studi S2.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti sehingga dapat menyelesaikan tesis ini. Peneliti menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan. Akhir kata peneliti berharap, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Desember 2010

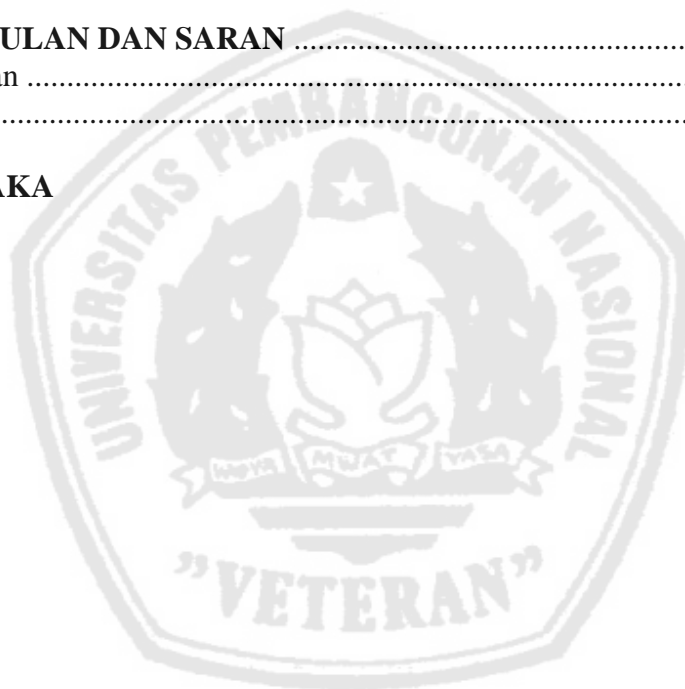
Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	8
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
 BAB II KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN MODEL	 11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Kualitas Layanan	11
2.1.2 Pandangan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan	17
2.1.3 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Kinerja Petugas Layanan	17
2.1.4 Pengaruh Kinerja Petugas Layanan Terhadap Reputasi Perusahaan.....	24
2.1.5 Pengaruh Pengetahuan Produk Dengan Reputasi	26
2.2 Model Konseptual Dan Hipotesis.....	29
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Identifikasi Variabel	30
3.3 Definisi Operasional	31
3.4 Pengukuran Variabel	33
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	34
3.5.1 Jenis Data	34
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Teknik Penentuan Sampel	35
3.6.1 Populasi	35
3.6.2 Sampel	36
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.7.1 Persamaan Model Struktural	36
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 47
4.1 Diskriptif Obyek Penelitian	47
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	48
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	48
4.2.2 Deskripsi Pengetahuan Produk (X)	51
4.2.3 Deskripsi Kinerja Petugas Layanan (Y)	53
4.2.4 Deskripsi Reputasi (Z)	55

4.3	Analisis Data	57
4.3.1	Evaluasi Outlier	57
4.3.2	Evaluasi Reliabilitas	59
4.3.3	Evaluasi Validitas	60
4.3.4	Evaluasi Construct Realibility dan Variance Extracted	61
4.3.5	Evaluasi Normalitas	62
4.3.6	Analisis Model SEM	64
4.3.7	Analisis Kausalitas	67
4.3.8	Analisis Unidimensi First Order	68
4.4	Pembahasan	68
4.4.1	Pembentuk Variabel laten	68
4.4.2	Pengaruh Pengetahuan produk terhadap Kinerja petugas Layanan	71
4.4.3	Pengaruh Kinerja Petugas Layanan terhadap Reputasi Perusahaan	73
4.4.4	Pengaruh Pengetahuan produk terhadap Reputasi Perusahaan	74
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	78

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	:	Data Perkembangan Jumlah Dana dan Nasabah PT. BNI KCU Tanjung Perak Surabaya tahun 2009
Tabel 3.1	:	Goodness of – Fit Indices
Tabel 4.1	:	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 4.2	:	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Tabel 4.3	:	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Tabel 4.4	:	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Pengetahuan Produk
Tabel 4.5	:	Frekuensi Hasil Jawaban responden Mengenai Kinerja Petugas Layanan
Tabel 4.6	:	Frekuensi Hasil Jawaban responden Mengenai Reputasi Perusahaan
Tabel 4.7	:	Outlier Data
Tabel 4.8	:	Realibilitas Data
Tabel 4.10	:	Construct Reliability dan Variance Extracted
Tabel 4.11	:	Normalitas Data
Tabel 4.12	:	Evaluasi Kriteria Goodness Of Fit Indices Model One-Step Approach-Base Model
Tabel 4.13	:	Evaluasi Kriteria Goodness Of Fit Indices Model One-Step Approach-Modifikasi
Tabel 4.14	:	Hasil Uji Kausalitas
Tabel 4.15	:	Unidimensi First Order
Tabel 4.16	:	Frekuensi dan Faktor Loading Pengetahuan Produk (X)
Tabel 4.17	:	Frekuensi dan Faktor Loading Kinerja Petugas Layanan (Y)
Tabel 4.18	:	Frekuensi dan Faktor Reputasi Perusahaan (Z)

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1** : Perkembangan jumlah dana tahun 2009
- Gambar 1.2** : Perkembangan jumlah nasabah tahun 2009
- Gambar 2.1** : Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal terhadap perilaku Kerja Pegawai atau Karyawan
- Gambar 2.2** : Model Konseptual Penelitian dan Hipotesis
- Gambar 3.1** : Model Konseptual dan Indikator
- Gambar 4.1** : Model Pengukuran dan Struktural
- Gambar 4.2** : Model Pengukuran dan Struktural



**ANALISIS KINERJA PETUGAS LAYANAN
TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN
(Studi Pada PT. BNI KCU Tanjung Perak Surabaya)**

Aries Windarto

ABSTRAKSI

Sektor perbankan Indonesia saat ini diwarnai dengan persaingan yang semakin ketat, perjuangan untuk memenangi kompetisi usaha dengan meningkatkan layanan nasabah, merupakan titik sentral untuk tetap unggul, hal tersebut yang menjadi dasar terjadinya transformasi dalam sektor perbankan, dimana pendekatan yang berorientasi pada kepentingan nasabah menjadi fokus utama. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis: (1) pengaruh pengetahuan produk yang dimiliki petugas layanan terhadap kinerja petugas layanan, (2) pengaruh kinerja petugas layanan terhadap reputasi, dan (3) pengaruh pengetahuan produk yang dimiliki petugas layanan terhadap reputasi.

Penelitian dilakukan pada 110 nasabah bank BNI Kantor Cabang Utama Tanjung Perak Surabaya sebagai sampel penelitian, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Variabel penelitian terdiri pengetahuan produk, kinerja petugas layanan dan reputasi perusahaan. Data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder, teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling (SEM)*.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) Pengetahuan produk yang tinggi dapat meningkatkan kinerja petugas layanan. Berarti semakin tinggi pengetahuan produk yang dimiliki petugas layanan, maka semakin tinggi kinerja petugas layanan, (2) Kinerja petugas layanan yang tinggi dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Berarti semakin tinggi kinerja petugas layanan, maka semakin tinggi reputasi perusahaan, dan (3) Pengetahuan produk yang tinggi dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Berarti semakin tinggi pengetahuan produk yang dimiliki petugas layanan, maka semakin tinggi reputasi perusahaan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut penelitian ini menyarankan, (1) Bank BNI diharapkan memperbaiki tingkat layanan petugas pada saat melayani nasabah, sehingga menciptakan kepuasan nasabah, (2) Bank BNI diharapkan lebih meningkatkan atau mengintensifkan kemampuan petugas layanan terhadap pemahaman fungsi produk bank melalui pelatihan secara internal bank (*in house training*), (3) Diharapkan petugas layanan selalu memberikan pemahaman atau menjelaskan mengenai produk bank, sehingga menciptakan kepuasan nasabah.

Keywords : Pengetahuan Produk, Kinerja Petugas layanan, Reputasi Perusahaan

**ANALISIS KINERJA PETUGAS LAYANAN
TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN
(Studi Pada PT. BNI KCU Tanjung Perak Surabaya)**

Aries Windarto

ABSTRACT

Indonesia's banking sector is currently characterized by increasing competition, the struggle to win the business competition by improving customer service, a central point to stay ahead, this is the basis of the transformation in the banking sector, where the approach is oriented towards the interests of customers become the main focus . The purpose of this study is to analyze: (1) the influence of product knowledge possessed care workers to the performance of the service, (2) the influence of performance on the reputation of the service, and (3) the influence of product knowledge held on the reputation of the service.

The study was conducted on 110 customers of the bank BNI Main Branch Tanjung Perak Surabaya as the study sample, sampling technique used, namely probability sampling with simple random sampling method. Variable research consists of product knowledge, performance and reputation of the service. , The data used include primary and secondary data, data analysis technique used is Structural Equation Modelling (SEM).

The research concluded that (1) high product knowledge to improve the performance of the service. Means higher product knowledge possessed care workers, the higher the performance of the service, (2) High Performance care workers can improve the company's reputation. Means the higher the performance of the service, the higher the company's reputation, and (3) high product knowledge to enhance corporate reputation. Means higher product knowledge possessed care workers, the higher the company's reputation.

Based on the conclusions of this study suggest, (1) Bank BNI officers are expected to improve service levels at the time of serving the customer, thus creating nasaba satisfaction, (2) Bank BNI is expected to further enhance or intensify the capability of the service of understanding the function of bank products through the bank's internal training (in-house training), (3) It is expected that care workers always give an understanding or explaining about bank products, creating customer satisfaction.

Keywords: Knowledge Products, Performance Service Officer, Company Reputation

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sektor perbankan Indonesia saat ini diwarnai dengan persaingan yang semakin ketat, perjuangan untuk memenangi kompetisi usaha dengan meningkatkan layanan nasabah, merupakan titik sentral untuk tetap unggul, hal tersebut yang menjadi dasar terjadinya transformasi dalam sektor perbankan, dimana pendekatan yang berorientasi pada kepentingan nasabah menjadi fokus utama.

Hasil survey McKinsey dalam Dharmayanti (2006) tentang *personal financial service* mengindikasikan bahwa perilaku nasabah di Indonesia makin tak mudah ditebak. Nasabah sangat puas dengan layanan banknya, tapi mereka tetap mau pindah jika bank lain memberikan *service performance* sesuai harapannya terlebih lagi bila nasabah berada pada kelas ekonomi papan atas yang makin potensial menjadi nasabah kutu loncat .

Bagi kebanyakan nasabah bank, kenyamanan adalah hal yang utama, nasabah ingin bisa menarik simpanannya, transfer dana, atau melakukan berbagai transaksi dengan mudah, dimana saja dan kapan saja. Selain itu, nasabah juga membutuhkan bank yang menyediakan

layanan kredit konsumen, seperti Kredit Pemilikan Rumah, Kredit Pemilikan Kendaraan, ataupun kartu kredit dengan proses yang mudah dan cepat.

Salah satu bank di Indonesia yang konsisten untuk memberikan pelayanan bagi nasabahnya adalah Bank Negara Indonesia. Didirikan pada tahun 1946, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. adalah bank pertama yang dimiliki sepenuhnya oleh Pemerintah Indonesia. Pada awalnya Bank BNI berfungsi sebagai bank sentral Republik Indonesia yang baru merdeka sebelum menjadi bank komersial di tahun 1955 (*Annual Report BNI 2009*).

Tahun 1996, BNI menjadi bank BUMN pertama yang melaksanakan Penawaran Umum Saham Perdana dengan mencatatkan 25% sahamnya di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia). Menyusul proses rekapitalisasi oleh Pemerintah pada tahun 2000, dan dilanjutkan dengan *rights issue* pada tahun 2007, per 31 Desember 2009, saham BNI yang dimiliki oleh publik mencapai 23,64% (*Annual Report BNI 2009*).

Total aktiva senilai Rp 227,5 triliun, BNI adalah bank terbesar ke-4 di Indonesia berdasarkan jumlah aktiva. BNI melayani basis nasabah korporasi, komersial dan individu melalui jaringan pelayanan yang luas mencakup 1.071 cabang domestik dan 5 cabang luar negeri, 4.003 unit ATM, serta fasilitas layanan perbankan yaitu e-banking

antara lain Phone Banking, SMS Banking dan Internet Banking. Setelah hampir 65 tahun melayani negeri, BNI saat ini terus melangkah dengan mengutamakan praktik perbankan yang sehat untuk memastikan pertumbuhan pada masa mendatang serta peningkatan nilai bagi pemegang saham, nasabah dan pemangku kepentingan lainnya (*Annual Report* BNI 2009).

Bank BNI di Surabaya memiliki 3 (tiga) Kantor Cabang Utama (KCU), salah satunya adalah Kantor Cabang Utama (KCU) Tanjung Perak yang berlokasi di kawasan Perak Timur. PT. BNI (Persero) Tbk. KCU Tanjung Perak Surabaya membawahi 17 Kantor Layanan (KLN) dengan total jumlah karyawan 184 orang. Di semester pertama tahun 2010 ini, PT. BNI (Persero) Tbk. KCU Tanjung Perak Surabaya memperoleh penghargaan sebagai penghimpun dana tertinggi se-Indonesia.

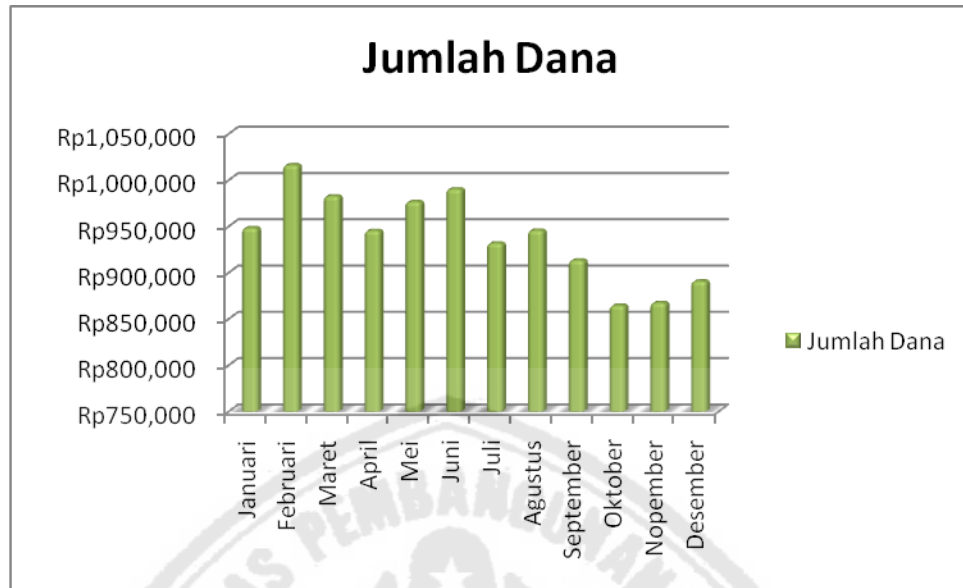
Fenomena yang terjadi saat ini, PT.BNI (Persero) Tbk. KCU Tanjung Perak Surabaya cenderung menurun dan berfluktuasi, hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1: Data Perkembangan Jumlah Dana dan Nasabah
PT.BNI (Persero)Tbk. KCU Tanjung Perak 2009

Bulan	Jumlah Dana (000)	Jumlah Nasabah
Januari	Rp 948.431	18.068
Februari	Rp 1.016.446	18.123
Maret	Rp 982.829	18.209
April	Rp 945.512	18.330
Mei	Rp 976.729	15.147
Juni	Rp 990.462	15.159
Juli	Rp 932.017	15.294
Agustus	Rp 945.819	15.428
September	Rp 913.493	15.474
Oktober	Rp 864.650	15.563
Nopember	Rp 867.564	15.673
Desember	Rp 890.887	15.849
Jumlah	Rp 11.274.839	

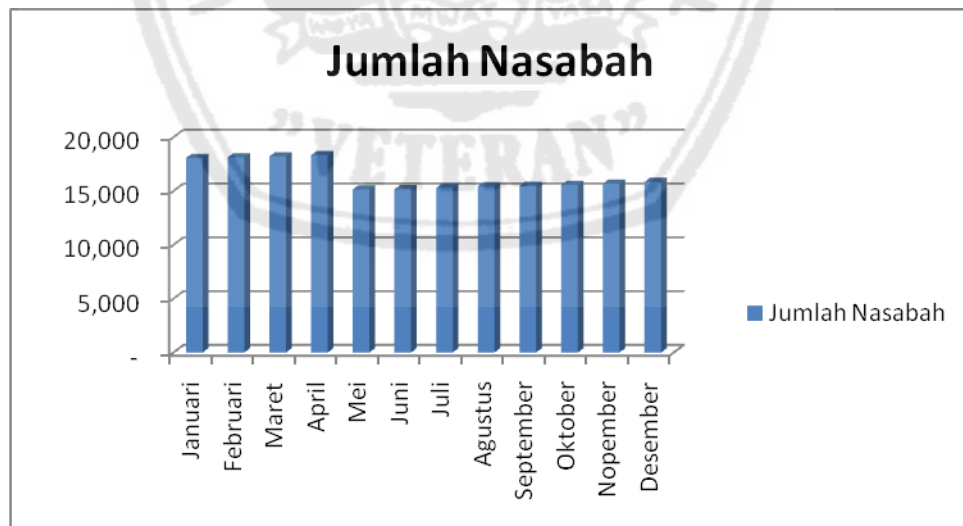
Sumber: PT. BNI KCU Tanjung Perak Surabaya

Keterangan : Jumlah dana pihak ketiga meliputi dana Tabungan,
Deposito dan Giro



Gambar 1.1: Perkembangan Jumlah Dana Tahun 2009

Sumber: PT. BNI (Persero)Tbk. KCU Tanjung Perak Surabaya



Gambar 1.2: Perkembangan Jumlah Nasabah Tahun 2009

Sumber: PT. BNI (Persero)Tbk. KCU Tanjung Perak Surabaya

Data di atas dapat dilihat jumlah dana di tahun 2009 yang dihimpun oleh PT. BNI (Persero) Tbk. KCU Tanjung Perak Surabaya mengalami penurunan. Di bulan Januari dana yang terhimpun Rp. 948.431 (dalam ribuan), bahkan di bulan Februari mencapai Rp. 1.016.446 (dalam ribuan). Namun, di bulan-bulan berikutnya cenderung menurun dan berfluktuasi sampai pada akhirnya, saat akhir tahun PT.BNI (Persero) Tbk. KCU Tanjung Perak Surabaya hanya mampu menghimpun dana sebesar Rp. 890.887 (dalam ribuan). Untuk jumlah nasabah pun PT.BNI (Persero) Tbk. KCU Tanjung Perak Surabaya mengalami penurunan, di awal tahun nasabah yang dimiliki 18.068 orang, sedangkan di akhir tahun hanya 15.849 orang.

Penurunan jumlah dana dan nasabah PT.BNI (Persero) Tbk. KCU Tanjung Perak Surabaya tersebut mengindikasikan adanya masalah terkait dengan reputasi perusahaan yang dipersepsikan nasabah masih rendah. Rendahnya reputasi disebabkan oleh faktor kinerja petugas layanan (*customer service*) dan pengetahuan produk.

Seorang petugas layanan konsumen bagi suatu perusahaan adalah manifestasi dari standar layanan yang dihendaki perusahaan. Mowen (1995) dalam Aziz (2001) mendefinisikan sebagai evaluasi konsumen tentang kesempurnaan kinerja produk atau jasa. Petugas layanan konsumen, harus memiliki hubungan yang baik agar konsumen merasa dihargai dan diakui eksistensinya. Robert M.

Morgan dan Shelby D. Hunt (1994) dalam Aziz (2001) mengemukakan bahwa kesuksesan pemasaran (marketing success) dapat diciptakan oleh adanya relationship dari petugas dan komitmen yang tinggi untuk mencapai itu. Relationship menciptakan komitmen bagi petugas, komitmen untuk memberikan layanan yang terbaik bagi perusahaan. Komitmen dalam relationship adalah pusat dari pemasaran melalui personal dan akan berlangsung lama serta memberikan kesan tersendiri bagi nasabah.

Seorang petugas layanan konsumen (customer service) dapat melakukan penjualan dengan baik, apabila customer service menguasai produk yang dijual. Tiger Li dan Roger J. Calantone (1998) dalam Aziz (2001) menyarankan riset lebih lanjut agar pengetahuan pasar dipadukan dengan pengetahuan produk.

Mokwa and Evans (1977) dalam Aziz (2001) mengemukakan bahwa pengetahuan (Knowledge) dibangun, dikembangkan, dikomunikasikan dengan berbagai aktivitas menuju suatu sasaran. Pengetahuan (knowledge) ini sebagai alat bagi suatu petugas untuk menekankan citra perusahaan yang pada akhirnya reputasi dapat diperoleh.

Brand reputation dapat dikembangkan melalui iklan dan hubungan dengan masyarakat (*public relation*), tetapi kemungkinan juga dapat dipengaruhi oleh kualitas dan kinerja produk. Reputasi

yang baik akan menguatkan kepercayaan konsumen. Jika merek tidak memiliki reputasi yang bagus, konsumen akan menjadi semakin sangsi. Jadi persepsi konsumen bahwa suatu merek memiliki reputasi yang bagus sangatlah berkaitan dengan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut (Wijaya).

Sebagaimana hasil penelitian terdahulu Aziz (2001) yang menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap kinerja petugas layanan, kinerja petugas layanan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini akan meneliti masalah pengetahuan produk dan kinerja petugas layanan (*customer service*) yang berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengetahuan produk yang dimiliki petugas layanan berpengaruh signifikan terhadap kinerja petugas layanan?
2. Apakah kinerja petugas layanan berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan?

3. Apakah pengetahuan produk yang dimiliki petugas layanan berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan?

1.3. Tujuan penelitian

Tujuan utama penelitian ini secara tegas diuraikan dalam penjelasan sebelumnya adalah untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Menganalisis pengaruh pengetahuan produk yang dimiliki petugas layanan terhadap kinerja petugas layanan.
2. Menganalisis pengaruh kinerja petugas layanan terhadap reputasi perusahaan.
3. Menganalisis pengaruh pengetahuan produk yang dimiliki petugas layanan terhadap reputasi perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang dapat diberikan oleh studi ini adalah penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif, khususnya menyajikan bukti empirik tentang:

- a. Pengaruh pengetahuan produk yang dimiliki petugas layanan terhadap kinerja petugas layanan.
- b. Pengaruh kinerja petugas layanan terhadap reputasi perusahaan

- c. Pengaruh pengetahuan produk yang dimiliki petugas layanan terhadap reputasi perusahaan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil analisis pada studi penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh BNI Kantor Cabang Utama Tanjung Perak Surabaya untuk meningkatkan kinerja petugas layanan (*customer service*) dan reputasi perusahaan, sehingga perolehan jumlah dana dan nasabah dapat meningkat.

